

万科召开业绩说明会 大股东深圳国资发声力挺

证券时报记者 张一帆

万科业绩说明会在11月6日召开,万科的国资大股东在会上表达了对企业的坚定支持。深圳市国资委主任王勇健,党委委员、二级巡视员叶新明,深圳地铁董事长辛杰等共同出席了此次会议。

证券时报记者了解到,深圳市国资委在会上提出了包括“积极组织市属国有企业市场化方式参与债券认购等工作”在内的五大支持措施。深圳地铁董事长辛杰强调,深铁长期持有万科股票的初心不变,所谓“大股东将减持万科”,是别有用心者的谣言。

深圳国资发声力挺

“深铁对万科的‘实质性支持’过去从未间断,未来更加强化。”作为国资大股东的代表,深圳地铁董事长辛杰在交流会上延续了对万科一如既往的全力支持。

辛杰表示,深铁对万科的“实质性支持”过去从未间断,未来更加强化。针对近期资本市场的异常波动,他认为,当下信心与团结尤为重要,30多年来,万科历经多次大风大浪,仍一直走在行业前列,用时间证明了自己。此次万科管理团队也一定会不负众望,以实际行动,消除市场恐慌。

与此同时,他表示深铁已经准备了丰富的“工具箱”,将根据市场情况进行有序释放以支持万科,包括以市场化、法治化方式,承接万科在深圳的部分城市更新项目,帮助万科盘活大宗资产,为万科注入新的流动性,交易金额预计超过100亿元;同时积极准备,择机购买万科在公开市场发行的债券,提振市场信心。

会上,深圳市国资委也表示充分认可和信任万科团队的专业性,万科长期坚持稳健的经营策略和财务政策,具备足够的安全性,并未出现传言所说的财务风险、管理风险。如有需要或遭遇极端情况,深圳市国资委有充分信心、足够的资金资源和工具,通过项目合作、优化股权投资结构、债券认购、协调金融机构融资等一切可能的市场化、法治化手段帮助万科积极应对。

深圳市国资委在会上提出了具体支持措施:在坚持市场化、法治化的原则下,运用一切可能手段和途径与万



深圳市国资委在万科业绩说明会上,提出了包括“积极组织市属国有企业市场化方式参与债券认购等工作”在内的五大支持措施。

时财财经图库/供图 官兵/制图

科共同应对可能风险,包括但不限于通过受让、合作开发等方式加快推进万科大型城市更新项目开发建设;通过协同、合作等方式,提高万科持有的各类投资性房地产的流动性;配合万科优化长期股权投资结构;积极组织市属国有企业市场化方式参与债券认购等工作;积极协调各类金融机构加大对万科融资的支持力度。

万科董事会主席郁亮在会上感谢深圳市国资委和深铁集团对万科的支持。郁亮分析,近两年压力大的原因,在于商品住宅建设交付高峰与销售连续下滑叠加在了一起,但从行业施工情况看,到明年下半年这一叠加过程就能基本结束。他坦言,“黎明前总是最冷的时候,但还是要对将来有信心。”

此前,10月28日,深圳地铁董事长辛杰当选万科董事会副主席时表示,投资万科是正确的选择,对万科的认同和支持不会因市场一时的波动而变化。

广发证券分析师郭镇表示,截至2022年末万科总资产占国资比例约35%,辛杰的增选有望进一步增强公司与深铁协同,提升未来整体信用表现。海通证券分析师涂力磊也认为,此次选举决议代表国资股东对公司经营的认可背书和坚定选择。

公开回应股债异动

支持态度始终如一,而万科国资股东近期加强加密的发声,与地产行业的整体股债下跌有关。从股价走势

来看,万科A股10月整体下跌超13%,股价创逾8年新低,与之相对应的是万科债券价格的快速走低。

对于股价异动,万科在10月31日公开回应,“目前股价走势与行业正处于新旧发展模式转变以及行业面临多种挑战有关,公司将努力做好经营,守护公司安全,同时也会做好资金的统筹规划和利用,最大程度地维护公司和股东利益。”

对于债券价格异动,万科回应,近期公司境内外部分债券品种交易出现异动,并非公司基本面出现任何问题,主要是市场情绪波动所致。同时境外市场出现有关公司的不实猜测,导致公司美元债价格出现大幅波动。公司会密切关注市场变化,积极加强与债券投资者的沟通,协助投资人更好地了解公司财务与经营情况,引导市场价格回归合理水平。

三季报数据显示,1-9月万科累计合同销售金额2806亿元,排名全行业第二,其中“金九银十”累计销售金额超638亿元,较此前两月环比增长超四成。

在现金流方面,公司已连续14年保持经营性现金流为正,截至三季度末,公司在手资金1037亿元,对短债的覆盖倍数2.2倍,同时万科在8月提前终止A股增发融资,间接说明了万科融资渠道的多样化。

在债务偿还方面,年内万科已无境外债务到期,境内待偿还信用债3.8亿元。目前公司财务稳健,各项资金排布和还款安排都在有序进行中。

对行业发展有信心

万科表态,中长期对行业的发展有信心,郁亮多次重申“房地产仍然是十万亿级别的大市场,常做常有,常做常新”。另一方面,万科也接受行业进入新发展阶段的现实,将不动产的经营管理能力视作企业未来最重要的竞争力。2023年前三季度,万科经营服务业务继续保持增长态势,实现全口径收入405.3亿元。

同时,万科近期在REITs试点中实现突破,10月26日,万科旗下印力集团于消费类基础设施REITs试点中拔得头筹。郁亮认为,“REITs对于不动产经营业务的重要性,类似于按揭贷款之于住宅开发的重要性,将帮助房地产开发商转型为不动产的经营服务商,也为投资者提供了更多选择,其深远影响将随时间而显示出来。”

涂力磊认为,万科在首次消费类基础设施REITs申报中抢得先机拔得头筹,为打通商业业务退出路径、铸就商业业务完整闭环的目标做出试水,有利于推动从开发商到不动产商转变。

万科董事会最新审议通过的《2023-2025年度奖金方案》,将董事会主席和总裁现金薪酬方案和年度净利润挂钩,但增加了年度股价变化作为调节系数,将公司A股每日复权收盘价的全年平均值作为对比指标,强化股东利益导向。涂力磊表示,此举系强化激励约束机制,确保了股东利益一致。

顾家家居控制权拟变更 何享健之子何剑锋或接盘

证券时报记者 叶玲珍

早间申请紧急停牌后,顾家家居(603816)在11月6日盘后官宣了停牌事由:控股股东顾家集团正在筹划控制权变更事项,而接盘方为美的集团何享健之子何剑锋。

公告显示,顾家集团及其一致行动人TB Home Limited股权转让的交易对方为盈峰集团有限公司(下称“盈峰集团”)或其控制的主体(均非上市主体),盈峰集团实控人为何剑锋,系美的集团实控人何享健之子,目前仍担任美的集团董事职务。鉴于上述事项尚存在不确定性,顾家家居将在11月7日开市起继续停牌。

截至三季度末,顾江生控制下的顾家集团持有上市公司2.75亿股股份,占总股本的33.48%,其中部分股份存放于2021年非公开发行可转债质押专户中;其一致行动人TB Home Limited持股比例为13.97%,受顾江生父母顾玉华、王火山控制。前述两位股东累计持股比例为47.44%,按最新股价36.78元/股测算,顾江生及其一致行动人所持股份市值已超140亿元。目前,股权转让方案尚未出炉,但若仅以股权转让形式实现控制权变更,盈峰集团在交易后持股比例需高于顾江生,据此测算,何剑锋需要支付的对价大概率超70亿元。

公开资料显示,除显赫的家族背景外,早在上个世纪90年代,毕业于华南理工大学的何剑锋便投身投资行业。何剑锋于1994年创立盈峰集团,目前集团旗下产业已涵盖环境、文化、投资、科技、消费五大领域。据盈峰集团官网,2021年集团营收规模近200亿元,位列广东百强民企77名,佛山企业百强18名、制造业百强11名。

盈峰集团资本版图不乏上市公司身影,目前拥有盈峰环境(000967)、百纳千成(300291)等两家公司实控权。回溯2006年,盈峰集团收购上风集团、美的集团所持上风高科股权,成为公司第一大股东;随着业务领域的持续拓展,2016年,上风高科更名为盈峰环境。目前,盈峰环境已成长为环卫装备龙头,环卫核心产品市场占有率超65%,销售额连续19年稳居国内行业第一。截

至三季度末,盈峰集团及其控制下的宁波盈峰、何剑锋三位股东累计持有盈峰环境45.33%股权,按最新股价测算市值约70亿元。

2018年,盈峰集团又从华录文化手中取得华录百纳(后于2022年更名为“百纳千成”)17.55%股份,取得上市公司控制权。截至三季度末,盈峰集团及何剑锋累计持有百纳千成31.1%股份,按最新股价测算市值超25亿元。

除此之外,何剑锋近年来在创投圈也较为活跃,布局了新能源、芯片半导体、AI、高端装备制造等重要领域,其中不乏商汤科技、云鲸智能、酷哇机器人、粤芯半导体等明星项目,还投资了云知声、云鲸智能等AI领域的独角兽。

顾家家居与美的集团颇有渊源,公司多位董事、高管均有美的集团任职经历。具体来说,公司董事、总裁李东来曾在美的集团空调事业部、冰箱事业部均有任职,还曾担任过广东美的电器股份有限公司副总裁、副总裁李云海曾任美的集团空调事业部营运发展部总监、美的集团制冷家电集团营运管理部总监、美的集团冰箱事业部总裁助理;副总裁欧亚非历任美的冰箱事业部营运管理部总监、美的空调事业部国内营销中心管理部总监、美的制冷家电集团区域销售公司总经理;另一位副总裁廖强曾担任广东美的集团分公司总经理。

作为家居龙头企业,顾家家居近年来积极推进单品-空间-全屋-生活方式的转型,在内贸领域制定大店和定制渠道“双百计划”,加快渠道突破速度;外贸领域初步形成分市场、分基地价值链一体化管理的运作模式,床垫墨西哥-北美价值链经营质量稳步提升,越南基地经营改善明显。除此之外,公司积极布局跨境电商,重点聚焦功能单椅和单椅类目,打开新渠道。

业绩方面,顾家家居近年来保持稳健增长态势。今年前三季度,顾家家居实现营业收入141.36亿元,同比增长2.72%;净利润15.01亿元,同比增长6.98%。其中第三季度单季录得营收52.58亿元,同比增长10.78%,净利润5.78亿元,同比增长12.74%,创下上市以来单季盈利新高。

今年9月,公司收到江淮汽车两份定点通知,为其两款轻卡开发阿凡达低碳车轮产品,预计在明年量产;10月,阿凡达低碳车轮获某国内重卡龙头企业定点,项目在今年10月份实现量产。目前,金固股份已供货五菱宏光MINI EV、广汽丰田新能源车雷凌配套项目、广汽丰田凯美瑞全系车型项目,并拿到了比亚迪、奇瑞汽车、长安汽车、美国通用、零跑汽车等主机厂项目定点,部分项目已开始批量供货。

产能配套方面,金固股份在杭州富阳区有阿凡达低碳车轮生产线2条,产能200万只,都已正常生产;合肥200万只阿凡达低碳车轮生产基地已经开始量产爬坡;南宁100万只阿凡达低碳车轮生产基地在设备调试中,预计年底将达到500万只的产能。而对于未来的产能扩建计划,金固股份曾在定期报告中表示,2024年年产能将达1000万只左右,未来将在全中国乃至全球布局阿凡达低碳车轮生产线,以满足市场需求。

当前阿凡达低碳车轮尚处于产能扩张期,对业务总量的贡献率还相对较小。金固股份指出,未来随着阿凡达低碳车轮拿到更多的定点项目,实现批量生产,其对公司整体业绩贡献会越来越显著。

信达证券研报认为,随着订单落地,金固股份客户结构将从商用车向乘用车拓展,阿凡达出货量加速提升,中长期成长空间有望打开。

电商出海寻求发展新空间 政企合力破难关

证券时报记者 郭博昊

又到一年“双十一”,各大电商企业激战正酣。在互联网流量红利见顶、用户购物更加理性的当下,进一步挖掘国内网购市场潜力已非易事,电商企业寻找新的增量空间迫在眉睫,而进军海外市场无疑是重要的选项之一。

多位受访专家告诉证券时报记者,电商企业深耕国内市场多年,长期积累的运营、渠道和供应链优势,为其参与国际竞争赢得先机。近年来,跨境电商也成为了推动外贸增长的新动能。但随着企业出海进入深水区,本土化经营能力不足、合规建设日益紧迫等因素给企业开拓海外市场带来一定挑战,这需要国家与企业一道加以妥善应对。

近些年,国内互联网流量趋于饱和,各家电商平台为抢夺存量市场“大打出手”,反观国外电商渗透率仍有很大拓展空间。“国外跨境电商正处于引入期,即便是互联网产业十分发达的美国,其电商业务也相距发展期,繁荣期甚远,电商渗透率不高,各家电商的忠实客群尚未培养成形。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛接受证券时报记者采访时表示。

“电商平台通过出海可以开拓新的利润增长点,竞争较少的利基市场也可为企业带来更高利润率。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇表示。

近些年,以拼多多、阿里等为代表的中国平台企业纷纷加快进军海外市场进程。字节跳动、腾讯等企业的跨境电商业务在东南亚市场快速扩张。以天猫国际、阿里巴巴国际站、速卖通

等组成的阿里系跨境电商平台矩阵已经形成,占据着进出口市场重要份额。

特别是2022年9月才首次出海登陆北美市场的拼多多跨境业务,在“极致性价比”和“裂变营销”战略的推动下,仅用2个月时间就冲到美国多个手机软件平台免费下载榜首位,迅速超过了亚马逊、沃尔玛等美国本土电商。

随着跨境电商的深入发展,使其日益成为推动外贸增长的新动能。海关数据显示,2022年中国跨境电商进出口达2.11万亿元,占外贸的比重由2015年的不到1%增长至5%。今年1至9月,跨境电商进出口额达1.7万亿元,同比增长14.4%,占同期货物贸易进出口比重的5.5%。

洪涛告诉记者,中国拥有最繁荣也是竞争最激烈的电商市场,能够在充分竞争的市场上占有一席之地,依靠的是长期积累的运营、渠道和供应链优势,这也成为中国电商企业立足海外市场的基石。

同时,我国强大的制造业产业体系,也在为电商出海保驾护航。中国信通院政策与经济研究所监管研究部主任工程师张子洪向记者指出,国内柔性供应链支持下的小单快返模式成为不少跨境电商企业的核心竞争力,与源头厂商的深度合作也为相关企业打造了供应链护城河。

然而,机遇与挑战往往是一体两面。随着国际环境的复杂化,互联网企业在出海过程中也面临着诸多困难。企业本土化经营能力不足、合规建设日益紧迫等因素都加大了电商出海难度。

中央民族大学新闻与传播学院教授郭全中表示,当前,全球经济治理体系进入加速变革期,全球竞争将进一步加剧,各种利益诉求相互交织、博弈,全球经济治理面临新形势与新挑战。在国际经济格局变化等新形势下,中国互联网企业出海面临的不确定性风险加大。

张子洪也表示,随着企业出海进入深水区,能够克服文化差异适应当地市场的经营策略越来越成为竞争的关键决胜点,但目前多数企业暴露出的本土化经营能力不足问题已经成为海外商业化进程推进和竞争力提升的瓶颈。如,阿里收购东南亚最大电商企业Lazada(来赞达)后,即便有国内公司的全力支持,部分地区业务也被当地竞争对手超越。

“各国出于对个人隐私保护和国家安全的关切,普遍加强数据安全监管和执法力度,也大幅提升了企业的出海合规成本与压力。”张子洪表示。数据显示,2022年欧盟关于数据泄露和GDPR(《通用数据保护条例》)的罚款总额达到29.2亿欧元,是2021年罚款总额的两倍多。国信证券研报指出,相关合规问题集中出现在欧美地区,通过与全球头部电商平台亚马逊对比,与国家数据安全、数据隐私安全、ESG和反垄断是企业进军欧美面临的主要风险。

面对国际环境的变动,洪涛认为,国家应鼓励互联网企业继续向全球化、国际化发展,继续扩大开放。企业可充分利用“一带一路”、RCEP等政策资源优势,深化双边、多边和区域合作。促进国际合作和贸易伙

伴关系,以扩大市场准入和促进贸易流通。

同时,跨境电商企业也应加强本土化经营能力。“在进军海外市场前,企业应深入了解目标市场的文化、法律、消费者需求和竞争情况,确立正确的市场定位、采用适合的经营策略。并与当地合作伙伴建立战略合作,以解决市场进入障碍。”张子洪建议。

而针对政治风险、法律风险、合规等问题,郭全中指出,跨境电商企业需建立风险预警机制,提前采取应急防控措施,并对措施的有效性进行实时监测,及时予以改进。同时,充分利用政策性出口信用保险和商业保险等风险缓释工具,加强与国内外有关部门的沟通与合作,获得双方政府支持,为中国互联网平台企业海外发展创造安全稳定的环境。

事实上,为助力跨境电商企业高质量发展,我国已经出台多项支持跨境电商发展的政策。2022年以来,仅国家层面就出台了十余项政策措施,从推进跨境电商企业培养、加快海外仓及物流基础设施建设、加强税收优惠支持等多方面做出部署。

商务部对外贸易司司长李兴乾此前也表示,将发展“跨境电商+产业带”,依托我国165个跨境电商综合试验区,结合各地的产业禀赋和区位优势,推动更多地方特色产品更好地进入国际市场。同时,支持指导跨境电商综合试验区进一步优化服务平台功能,引导海外仓企业对接线上综合服务平台,力争集通关、税收、金融、海外仓储功能于一体,实现“一点接入、一站式”综合服务。